

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan	5
1.5 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.1 Metode Pengumpulan Data Primer	6
1.5.2 Metode Pengumpulan Data Sekunder.....	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	8
1.7 Skematika Perancangan	9
 BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA	 10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori Komunikasi.....	10
2.1.2 Strategi Publikasi	11
2.1.3 Psikologi Warna	11
2.1.4 Semiotika	14

2.1.5 Aspek Kultural	14
2.1.6 Gaya Desain	15
2.1.7 Unsur dan Prinsip Desain.....	17
2.1.7.1 Unsur Desain	17
2.1.7.1.1 Garis	17
2.1.7.1.2 Bidang	18
2.1.7.1.3 Bentuk	18
2.1.7.1.4 Warna	19
2.1.7.1.5 Ruang	20
2.1.7.1.6 Gelap Terang	21
2.1.7.1.7 Tekstur	21
2.1.7.2 Prinsip Desain	22
2.1.7.2.1 Keseimbangan	22
2.1.7.2.2 Kesatuan	24
2.1.7.2.3 Pusat Perhatian	24
2.1.7.2.4 Irama	25
2.1.7.2.5 Proporsi	25
2.1.8 Ilustrasi pada Media Publikasi	26
2.1.9 Tipografi pada Media Publikasi	27
2.1.10 Kampanye Komersil.....	29
2.1.11 Teori <i>Event</i>	30
2.1.12 Teori <i>Brand Awareness</i>	31
2.2 Analisa Data	31
2.2.1 Gambaran Institusi	31
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual	32
2.2.3 Data Kompetitor	32
2.2.4 SWOT	33

BAB III PERANCANGAN KAMPANYE KOMERSIL EDUKASI TUMBUK LESUNG MELALUI EVENT SENSASI EDUKASI JADI ARTI (SENJA)

3.1 Konsep Media	34
3.1.1 Tujuan Media	34
3.1.2 Strategi Media	34
3.1.3 Pemilihan Media	36
3.1.3.1 Target	36
3.1.3.2 Panduan Media.....	37
3.1.3.3 Program Media.....	37
3.2 Konsep Kreatif	40
3.2.1 Keyword.....	40
3.2.2 Strategi Kreatif	40
3.2.2.1 Warna	41
3.2.2.2 Tipografi.....	42
3.2.2.3 Image.....	43
3.2.2.4 Logo	43
3.2.2.5 Identitas Visual	43
3.2.2.6 Gaya Desain	44
3.2.2.7 Layout	44
3.2.3 Program Kreatif	44
3.2.3.1 Proses Cetak.....	44
3.2.3.2 Pra Produksi	45
3.2.3.3 Produksi	45
3.2.3.4 Pasca Produksi	46
3.3 Konsep Komunikasi	47
3.3.1 Tujuan Komunikasi	47
3.3.2 Strategi Komunikasi.....	47
3.4 Perencanaan Biaya	50
3.4.1 Produksi	50

3.4.2 Promosi	51
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	52
4.1 Logo	52
4.1.1 Logo	52
4.1.2 Slogan.....	52
4.1.3 Penetapan Identitas Visual	53
4.2 <i>Stationery</i>	54
4.2.1 Kop Surat	54
4.2.2 Amplop.....	55
4.2.3 Kartu Nama	55
4.3 Media Publikasi.....	56
4.3.1 Company Profile	56
4.3.2 Poster.....	57
4.3.3 Katalog	60
4.3.4 Brosur.....	61
4.3.5 <i>Flyer</i>	62
4.3.6 Spanduk.....	62
4.3.7 <i>Billboard</i>	63
4.3.8 Iklan Majalah	64
4.3.9 Iklan Koran.....	66
4.3.10 <i>X-banner</i>	66
4.3.11 Media Spesial	66
4.4. <i>Merchandise</i>	67
4.4.1 Kalender.....	67
4.4.2 Tas	68
4.4.3 Agenda.....	68
4.4.4 <i>Pin</i>	69

4.4.5 Pulpen	70
4.4.6 Mug.....	70
4.4.7 <i>E-money</i>	71
4.4.8 Stiker	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran untuk Lembaga Pendidikan.....	74
5.2.2 Saran untuk Lembaga Terkait	74
5.2.3 Saran untuk Mahasiswa.....	74
DAFTAR REFERENSI	75
LAMPIRAN KONSULTASI BIMBINGAN TA	
LAMPIRAN PENDUKUNG	